

**HUBUNGAN DAYA TARIK IKLAN TELEVISI PAKET *HAPPY MEAL* McDONALDS TERHADAP MINAT BELI ANAK SD
(Studi Kasus SD Tarakanita Solo Baru Kabupaten Sukoharjo)**

**Oleh:
NADYA PARAMITHA
362010071**

SKRIPSI

**Diajukan Kepada
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial
Dan Ilmu Komunikasi
Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh
Gelar Sarjana**

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KRISTEN SATYA WACANA
SALATIGA
2016**



PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS
UNIVERSITAS KRISTEN SATYA WACANA
Jl. Diponegoro 52 - 60 Salatiga 50711
Jawa Tengah, Indonesia
Telp. 0298 - 321212, Fax. 0298 321433
Email: library@adm.uksw.edu ; http://library.uksw.edu

PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nadya Paramitha
NIM : 362010071 Email : nadraparamitha44@yahoo.com
Fakultas : FISKOM Program Studi : ILMU KOMUNIKASI
Judul tugas akhir : Hubungan Daya Tarik Iklan Televisi Paket Happy Meal
McDonalds Terhadap Minat Beli Anak SD,
(Studi Kasus SD Tarakanita Subbaru Kabupaten Sukoharjo)
Pembimbing : 1. Drs. Daru Purnomo, Msi
2. Dewi Kartika Sari, S. sos, Msi, Kom

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar kesarjanaan baik di Universitas Kristen Satya Wacana maupun di institusi pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini bukan saduran/terjemahan melainkan merupakan gagasan, rumusan, dan hasil pelaksanaan penelitian/implementasi saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan pembimbing akademik dan narasumber penelitian.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diujikan yang telah diketahui dan disetujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya saya ini, serta sanksi lain yang sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Kristen Satya Wacana.

Salatiga, 23-2-2016



Nadya Paramitha
Nadya Paramitha

(nama & nama terang mahasiswa)



PERNYATAAN PERSETUJUAN AKSES

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nadry Paramitha
NIM : 302010071 Email : Nadryparamitha44@yahoo.com
Fakultas : FISKOM Program Studi : ILMU Komunikasi
Judul tugas akhir : Hubungan Daya Tarik Iklan Televisi Paket Happy Meal
McDonalds Terhadap Mind Belief Anak SD
(Studi Kasus SD Tarakanita Solobaru Kabupaten Sukoharjo)

Dengan ini saya menyerahkan hak *non-eksklusif** kepada Perpustakaan Universitas – Universitas Kristen Satya Wacana untuk menyimpan, mengatur akses serta melakukan pengelolaan terhadap karya saya ini dengan mengacu pada ketentuan akses tugas akhir elektronik sebagai berikut (beri tanda pada kotak yang sesuai):

- ☒ a. Saya mengizinkan karya tersebut diunggah ke dalam aplikasi Repositori Perpustakaan Universitas, dan/atau portal GARUDA
- ☐ b. Saya tidak mengizinkan karya tersebut diunggah ke dalam aplikasi Repositori Perpustakaan Universitas, dan/atau portal GARUDA**

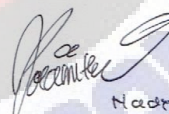
* Hak yang tidak terbatasnya bagi satu pihak saja. Pengajar, peneliti, dan mahasiswa yang menyerahkan hak non-eksklusif kepada Repositori Perpustakaan Universitas saat mengumpulkan hasil karya mereka masih memiliki hak copyright atas karya tersebut.

** Hanya akan menampilkan halaman judul dan abstrak. Pilihan ini harus dilampiri dengan penjelasan alasan tertulis dari pembimbing I dan diketahui oleh pimpinan fakultas (dekan/kaprodi).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Salatiga, 23-2-2016

1956


Nadry Paramitha

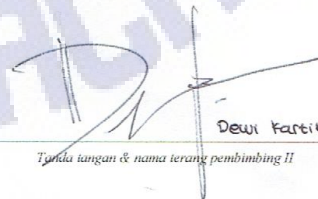
Tanda tangan & nama terang mahasiswa

Mengetahui,



Sri Suwarningsih

Tanda tangan & nama terang pembimbing I



Dewi Kartika Sari

Tanda tangan & nama terang pembimbing II

LEMBAR PENGESAHAN

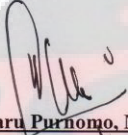
Judul Skripsi : HUBUNGAN DAYA TARIK IKLAN TELEVISI
PAKET *HAPPY MEAL* McDONALD'S
TERHADAP MINAT BELI ANAK SD (Studi
Kasus SD Tarakanita Solobaru Kabupaten
Sukoharjo)

Nama Mahasiswa : Nadya Paramitha

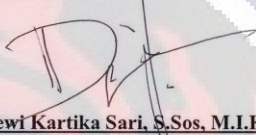
Nim : 362010071

Program Studi : ILMU KOMUNIKASI

Disetujui Oleh,


Drs. Daru Purnomo, M.Si

Dosen Pembimbing I


Dewi Kartika Sari, S.Sos, M.I.Kom

Dosen Pembimbing II

Diketahui,


Drs. Daru Purnomo, M.Si

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Komunikasi

Universitas Kristen Satya Wacana

Disetujui tanggal :

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Komunikasi

Universitas Kristen Satya Wacana

Salatiga 2016

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini,

Nama : Nadya Paramitha

Nim : 362010071

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Komunikasi
Universitas Kristen Satya Wacana Salatiga

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi dengan judul:

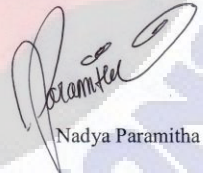
**HUBUNGAN DAYA TARIK IKLAN TELEVISI PAKET *HAPPY MEAL* McDONALD'S TERHADAP MINAT BELI ANAK SD
(Studi Kasus SD Taranita Solobaru Kabupaten Sukoharjo)**

Dengan pembimbing oleh : Drs.Daru Purnomo, M.Si dan Dewi Kartika Sari, S.Sos, adalah benar-benar hasil karya saya.

Di dalam karya ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan atau gagasan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri tanpa memberikan pengakuan kepada penulis.

Surakarta, 4 Februari 2016

Yang membuat pernyataan,


Nadya Paramitha

MOTTO

**“If you fall a thousand times, stand up millions of times
because you do not know how close you are to success”**



KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yesus Kristus yang telah melimpahkan rahmat dan berkatnya sehingga penulis dapat dan mampu menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “HUBUNGAN DAYA TARIK IKLAN TELEVISI PAKET *HAPPY MEAL* McDONALD’S TERHADAP MINAT BELI ANAK SD (Studi Kasus SD Tarakanita Solobaru Kabupaten Sukoharjo)”.

Dengan ini penulis juga akan mengucapkan terima kasih kepada orang-orang yang telah peduli dan ikhlas untuk membantu, mengajari dan memotivasi penulis, sehingga skripsi ini bisa terselesaikan, yaitu kepada :

1. Tuhan Yesus Kristus yang telah memberikan anugerah, karunia terbaik dan terindah bagi hamba-Nya
2. Mami, Papi terimakasih untuk doa-doa dan tidak pernah bosan memberikan semangat dan tidak pernah berhenti mengingatkan untuk terus berjuang dan terus menyelesaikan skripsi ini sampai selesai. Terimakasih buat papi yang sudah mau meluangkan waktunya untuk mengantar anaknya ini setiap kali bimbingan meskipun banyak urusan yang terpaksa harus di tunda <3 <3 <3 dan adik-adik tercinta yang selalu membantu dalam doa dalam menyelesaikan kuliah dan skripsi ini. Terima kasih banyak untuk Mami dan Papi yang telah membiayai sampai sejauh ini hingga mendapat gelar S1. <3 I LOVE U
3. Drs. Daru Purnomo, M.Si dan Dewi Kartika Sari S.Sos yang sabar dalam membimbing penulis menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih atas masukan-masukan yang diberikan demi kelancaran penulis dalam menghadapi persoalan-persoalan yang menyangkut akademik.
4. Dosen-dosen pengajar Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmu bagi penulis sehingga penulis mendapatkan ilmu dan wawasan yang lebih untuk melangkah ke depan.

5. Seluruh stuff Tata Usaha, kepada Pak Budi, mbak Yeni, mas Devi, mbak Marta yang banyak membantu dan memberikan informasi yang bermanfaat bagi penulis. Terima kasih.
6. Terimakasih untuk sahabat-sahabatku Botina yang selalu mau memberikan tempat istirahat di kosan dan memberi masukan-masukan, Sinta yang selalu menemani penulis ke mana saja dan menyemangati penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini <3
7. Seluruh angkatan Fiskom 2010 yang sama-sama berjuang menyelesaikan skripsi, semoga semuanya lulus dengan cepat.
8. Semua pihak yang telah membantu, yang penulis tidak bisa menyebutkan satu persatu. Terima kasih buat kalian semua. Tuhan memberkati.

Akhirnya, penulis hanya bisa berharap semoga skripsi ini bisa bermanfaat bagi penulis pribadi dan juga semua pihak yang berkepentingan.

Surakarta, 4 Februari 2016

Nadya Paramitha

ABSTRAK

Untuk dapat bertahan dalam persaingan bisnis, McDonald's harus menerapkan strategi pemasaran yang tepat dan efisien. Promosi penjualan adalah segala aktivitas atau objek yang secara insentif menambah nilai bagi pembeli. Iklan merupakan sesuatu yang menarik, disukai, dimengerti dan dipercaya sehingga mempengaruhi keputusan pembelian.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan daya tarik iklan televisi paket Happy Meal's Mc Donald terhadap minat beli anak SD Tarakanita Solo Baru Kabupaten Sukoharjo. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Populasi dan sampel dalam penelitian ini adalah siswa SD Tarakanita Solo Baru Kabupaten Sukoharjo yang berjumlah 100 orang. Jenis data yang digunakan adalah jenis data primer. Sedangkan teknik pengambilan data menggunakan metode kuesioner. Teknik analisis yang digunakan analisis korelasi Kendall's Tau.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara variabel daya tarik iklan dan minat beli produk paket happy meal's pada anak SD Tarakanita Solo Baru ditunjukkan oleh nilai hubungan Kendall's Tau adalah sebesar 0,766 atau sebesar 76,6%. Hasil tersebut menunjukkan bahwa dugaan daya tarik iklan mempunyai hubungan yang signifikan dengan minat beli produk Happy Meal terbukti.

Kata Kunci: Daya Tarik Iklan, Minat Beli, Happy Meal, McDonald's

ABSTRACT

In order to survive in a competitive business, McDonald must implement appropriate marketing strategies and efficient. Sales promotion is any activity or object which adds incentives for buyers. Advertising is something interesting, preferred, understood and believed to make purchasing decisions.

The purpose of this study was to determine the relationship of the appeal of television advertising package Mc Donald's Happy Meal to the buying interest of elementary school children Tarakanita New Solo Sukoharjo.

The approach used in this study is the quantitative approach. Population and sample in this research is elementary school students Tarakanita New Solo Sukoharjo 100 people. The data used is primary data types. While the technique of data collection using questionnaires. The analysis technique used Kendall's Tau correlation analysis.

The results showed that there is a relationship between variables advertising appeal and interest in buying the product package happy meal's elementary school children Tarakanita New Solo was shown by Kendall's Tau correlation value is equal to 0.766 or 76,6%. These results indicate that the alleged appeal of advertising has a significant relationship with the buying interest Happy Meal proven products.

Key words: Appeal Value , Buying Interest, Happy Meal, McDonald's

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
KATA PENGANTAR.....	v
MOTTO.....	iii
ABSTRAK.....	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1.Latar Belakang Masalah.....	1
1.2.Rumusan Masalah	7
1.3.Tujuan Penelitian	7
1.4.Manfaat Penelitian	7
1.5.Definisi Operasional	8
1.6.Batasan Masalah	8
 BAB II KAJIAN PUSTAKA	 9
2.1.Landasan Teori.....	9

2.4. Daya Tarik Iklan	13
2.5. Minat Beli	19
2.2. Kerangka Berpikir	24
2.3. Hipotesis Tindakan	25
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	26
3.1. Pendekatan	26
3.2. Jenis Penelitian	26
3.3. Lokasi	26
3.4. Unit Analisis dan Unit Amatan	26
3.5. Populasi dan Sampel	27
3.6. Teknik Pengumpulan Data	29
3.7. Desain Penelitian	30
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	41
4.1. Gambaran Umum McDonald	41
4.2. Deskriptif Responden	47
4.3. Karakteristik Variabel	49
4.4. Analisis Deskriptif	56
4.5. Pembahasan	59
BAB V PENUTUP	61
5.1. Kesimpulan dan Saran	61
5.2. Keterbatasan Penelitian	62
DAFTAR PUSTAKA	63
LAMPIRAN	